

İTÜ
DERS KATALOG FORMU
(COURSE CATALOGUE FORM)

Dersin Adı		Course Name				
Pazarlama		Marketing				
Kodu (Code)	Yarıyıl (Semester)	Kredisi (Local Credits)	AKTS Kredisi (ECTS Credits)	Ders Uygulaması, Saat/Hafta (Course Implementation, Hours/Week)		
				Ders (Theoretical)	Uygulama (Tutorial)	Laboratuvar (Laboratory)
ISL 353E	5	3	5	3	-	-
Bölüm / Program (Department/Program)	İşletme Mühendisliği Management Engineering					
Dersin Türü (Course Type)	Zorunlu (Required)	Dersin Dili (Course Language)	İngilizce (English)			
Dersin Önkoşulları (Course Prerequisites)	ISL 233 veya ISL233E veya EKO201 veya EKO201E					
Dersin mesleki bileşene katkısı, % (Course Category by Content, %)	Temel Bilim (Basic Sciences)	Temel Mühendislik (Engineering Science)	Mühendislik Tasarım (Engineering Design)	İnsan ve Toplum Bilim (General Education)		
		-	50%	50%		
Dersin İçeriği (Course Description)	<p>Giriş niteliğindeki bu ders öğrencilerin değişik pazar yapıları ve bu pazarlarda faaliyet gösteren güç grupları hakkında görüş sahibi olmalarını sağlayacak olan pazarlamanın temel kavramlarını tanıtmak için tasarlanmıştır. Pazarda faaliyet gösteren güçler dinamik olduğundan pazarda yaşamlarını sürdürebilmeleri için bu dinamik ortama ayak uyduracak çözümler ve stratejiler geliştirmek zorundadırlar. Bu stratejileri geliştirmek bu dersin ana konusudur.</p> <p>This introductory course is designed to introduce the basic concepts of marketing which will enlarge the students' understanding of different market structures and the forces operating in these markets. As the market forces are very dynamic, the companies in this dynamic environment must find solutions and design strategies in order to survive in the marketplace. The principles of these strategies are the main topics of this course.</p>					
Dersin Amacı (Course Objectives)	<p>1. Pazarlama yöntemlerini ve stratejilerini bütün olarak anlamayı sağlamak, 2. Yenilikçi pazarlama stratejilerini oluşturmak için gerekli bakış açısını kazandırmak, 3. Pazarlama kavramlarını çeşitli iş durumlarına uygulayabilme ve işletmeleri analiz ederek etkin yazılı ve sözlü iletişim yetenekleri gösterebilme becerisi kazandırmak.</p> <p>1. To provide a broad understanding of marketing methods and strategies, 2. To provide perspectives for creating innovative marketing strategies, 3. To give the ability to apply marketing concepts to several business situations and demonstrate effective written and oral communication skills by analyzing businesses.</p>					
Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)	<p>Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrencilerin;</p> <p>I. pazarlama ve pazarlama yönetimi kavramlarının tarihsel süreç içerisindeki gelişimini ve firmaya etkilerini anlama, II. pazar koşullarının göstergeleri olan sosyal, ekonomik ve yasal çevreyi analiz etme, III. pazarlama yönetim süreçlerinde gerekli olan pazarlama bilgi sistemi hakkında bilgi edinme, IV. örgütsel ve bireysel alıcı davranışlarının pazarlama stratejilerine etkilerini belirleme, V. firma kaynaklarının ürün geliştirme, fiyatlandırma, dağıtım ve pazarlama iletişimi gibi alanlarda etkin kullanım koşullarını öğrenme ve en uygun seçeneği belirleyebilme, VI. pazarlama yönetiminin gerek piyasa mekanizması gerekse toplum üzerindeki etkilerini anlama, sosyal sorumluluk ve etik anlayışını benimseyebilme, VII. firmaların karşılaştıkları pazarlama problemlerini saptama, analiz etme ve çözümler üretme, VIII. takım olarak çalışabilme, işbirliği ve takım üyeleri ile iletişim kurma becerileri kazanmaları hedeflenmektedir.</p> <p>Students who pass the course will be able to:</p> <p>I. understand the historical evolution of the concepts of marketing and marketing management and their impact to the company, II. analyze social, economic and legal environments as the indicators of market conditions, III. know about the marketing information system required in marketing management processes, IV. examine the effects of consumer and organizational buyer behaviors on marketing strategies, V. know about the effective usage of company resources on such areas as product development, pricing, distribution and marketing communication and determine the most appropriate alternative, VI. understand the effects of marketing management on both the market mechanism and the society, to embrace social responsibility and ethical insight, VII. determine, analyze and offer solutions to marketing problems faced by the companies, VIII. work as a team, cooperate and communicate with team members.</p>					

Ders Kitabı (Textbook)	Kotler, P. and G. Armstrong (2012), Principles of Marketing, 14th Global Edition, Prentice-Hall.		
Diğer Kaynaklar (Other References) <i>Maddeler halinde en çok 5 adet</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Boone, Louis E. and David L. Kurtz (2008), Contemporary Marketing, 13th Edition, Thomson South-Western. -Kerin, Roger A., Steven W. Hartley, and William Rudelius (2009), Marketing, 9th Edition, McGraw-Hill -Perreault, William D., Joseph P. Cannon and E. Jerome McCarthy (2009), Basic Marketing, 17th Edition, McGraw Hill. -Solomon, Michael R., Greg Marshall and Elnora W. Stuart (2009), Marketing: Real People, Real Choices, 6th Edition, Prentice Hall. -Tek, Ömer Baybars ve Engin Özgül (2005), Modern Pazarlama İlkeleri: Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım (Modern Marketing Principles: Applied Managerial Approach), İzmir. 		
Ödevler ve Projeler (Homework & Projects)	<p>Öğrencilerden dersi daha iyi kavramaları amacı ile vaka analizi yapmaları ve dönem projesi hazırlamaları istenecektir.</p> <p>A term project based on team work will be required at the end of the semester.</p>		
Laboratuvar Uygulamaları (Laboratory Work)			
Bilgisayar Kullanımı (Computer Use)	<p>Office Word ve Power point kullanımı gereklidir.</p> <p>Office Word and Power point usage are essential.</p>		
Diğer Uygulamalar (Other Activities)	Case assignments will be given to students each week to enable better understanding of the course.		
Başarı Değerlendirme Sistemi (Assessment Criteria)	Faaliyetler (Activities)	Adedi (Quantity)	Değerlendirmedeki Katkısı, % (Effects on Grading, %)
	Yıl İçi Sınavları (Midterm Exams)	1	15
	Kısa Sınavlar (Quizzes)	6	15
	Ödevler (Homework)	-	-
	Projeler (Projects)	-	-
	Dönem Ödevi/Projesi (Term Paper/Project)	1	20
	Laboratuvar Uygulaması (Laboratory Work)	-	-
	Örnek Olay (Cases)	1	10
	Final Sınavı (Final Exam)	1	40

DERS PLANI

Hafta	Konular	Dersin Çıktıları
1	Pazarlama Kavramı ve Pazarlama Yönetim Süreci	I
2	Şirket ve Pazarlama Stratejisi	II
3	Pazarlama Çevresi	II-VII-VIII
4	Tüketici Pazarları ve Tüketici Satınalma Davranışı	IV-VII-VIII
5	Örgütsel Pazarlar ve Örgütsel Satınalma Davranışı	IV-VII-VIII
6	Pazarlama Bilgi Sistemi	III-VII-VIII
7	Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma	VII-VIII
8	Ürün, Hizmetler ve Markalama Stratejisi	VII-VIII
9	Yeni Ürün Geliştirme ve Ürün Yaşam Eğrisi Stratejileri	VII-VIII
10	Fiyatlandırma ve Fiyatlandırma Stratejileri	V-VII-VIII
11	Pazarlama Kanalları ve Arz Zinciri Yönetimi	V-VII-VIII
12	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Stratejisi	V-VII-VIII
13	Reklam, Satış Promosyonu ve Hakla İlişkiler	V-VII-VIII
14	Pazarlama Etiği ve Sosyal Sorumluluk	VI

COURSE PLAN

Weeks	Topics	Course Outcomes
1	Marketing Concept and Marketing Management Process	I
2	Company and Marketing Strategy	II
3	The Marketing Environment	II-VII-VIII
4	Consumer Markets and Consumer Buyer Behavior	IV-VII-VIII
5	Business Markets and Business Buyer Behavior	IV-VII-VIII
6	Marketing Information System	III-VII-VIII
7	Segmentation, Targeting, and Positioning	VII-VIII
8	Product, Services, and Branding Strategy	VII-VIII
9	New Product Development and Product Life-Cycle Strategies	VII-VIII
10	Pricing Considerations and Pricing Strategies	V-VII-VIII
11	Marketing Channels and Supply Chain Management	V-VII-VIII
12	Integrated Marketing Communications Strategy	V-VII-VIII
13	Advertising, Sales Promotion, and Public Relations	V-VII-VIII
14	Marketing Ethics and Social Responsibility	VI

Dersin İşletme Mühendisliği Programıyla İlişkisi

	Programın mezuna kazandıracığı bilgi ve beceriler (programa ait çıktılar)	Katkı Seviyesi		
		1	2	3
a	Matematik, Temel Bilim ve Mühendislik bilgilerini İşletme Mühendisliği alanında uygulama becerisi			
b	İşletme Mühendisliği alanında deney tasarlama, yürütme ve sonuçları yorumlama becerisi			
c	Amaca yönelik sistem, bileşen ve süreç tasarlama becerisi	X		
d	Çok disiplinli takımlarda çalışma yetisi		X	
e	İşletme Mühendisliği alanında problemleri tanımlama, modelleme ve çözme becerisi			
f	Mesleki ve etik sorumlulukların doğru algılanması		X	
g	Etkin iletişim kurma becerisi			X
h	İşletme Mühendisliği uygulamalarının küresel/toplumsal düzeyde etkilerinin doğru algılanması için gerekli genel eğitim	X		
i	Yaşam boyu öğrenme ve alanındaki gelişmeleri izleyebilme becerisi			X
j	Çağcıl sorunlar konusunda bilinç		X	
k	İşletme Mühendisliği uygulamalarının gerektirdiği yöntem ve yetiler ile modern mühendislik araçlarını kullanabilme becerisi			
ME1				
ME2				

1: Az, 2. Kısmi, 3. Tam

Relationship between the Course and the Management Engineering Curriculum

	Program Outcomes	Level of Contribution		
		1	2	3
a	An ability to apply knowledge of mathematics, science, and engineering to Management Engineering problems			
b	An ability to design and conduct experiments, and to analyze and interpret gathered data			
c	An ability to develop and/or design a system , components or process to meet desired needs	X		
d	An ability to function on multi-disciplinary teams		X	
e	An ability to identify, formulate, and solve Management Engineering problems			
f	An understanding of professional and ethical responsibility		X	
g	An ability to communicate effectively			X
h	The broad education to understand the impact of Management Engineering solutions in a global and societal context	X		
i	An ability to engage in life-long learning			X
j	A knowledge and understanding of contemporary issues		X	
k	An ability to use the techniques, skills and modern engineering tools necessary for Management Engineering practice			
ME1	An ability to integrate management systems into stochastic technological environments			
ME2	An ability to demonstrate leadership and entrepreneurial skills			

1: Little, 2. Partial, 3. Full

OVERALL RELATIONSHIP OF THE COURSE WITH THE PROGRAM OUTCOMES

Outcomes	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	ME 1	ME 2
ISL 353E			L	M		M	H	L	H	M			

<u>Düzenleyen (Prepared by)</u> Production Management and Marketing Division Lecturers	<u>Tarih (Date)</u> 2009 -2010 Fall	<u>İmza (Signature)</u>
--	--	-------------------------